

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Komunikasi Pemasaran	16
2.2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran	20
2.3 Komunikasi Pemasaran Digital	27
2.4 <i>Brand</i>	28
2.5 <i>Celebrity Endorser</i>	31
2.5.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	31
2.5.2 Pertimbangan dalam memilih <i>Celebrity endorser</i>	33
2.5.3 Peran <i>Celebrity Endorser</i>	35
2.6 Media.....	36

2.6.1 Media Baru	36
2.6.2 Media Sosial	41
2.6.3 Instagram	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	55
3.1 Paradigma	55
3.2 Metode Penelitian	56
3.3 Subyek Penelitian	57
3.4 Teknik Pengumpulan Data	58
3.4.1 Data Primer	58
3.4.2 Data Sekunder	60
3.5 Teknik Analisis Data	60
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1 Sejarah Perusahaan	68
4.1.2 Visi dan Misi Carla Skin Clinic	68
4.1.3 Struktur Organisasi	69
4.1.4 Logo Carla Skin Clinic	69
4.2 Hasil Penelitian	70
4.2.1 Hasil Penelitian dalam Bauran Pemasaran	70
4.2.2 <i>Digital Marketing Communication</i> yang digunakan Carla Skin Clinic	74
4.2.3 Strategi Penggunaan Media pada Instagram Carla Skin Clinic dan <i>Endorser</i>	78
4.2.4 Strategi yang sudah dilakukan oleh Carla Skin Clinic	98
4.3 Pembahasan	108
4.3.1 Strategi <i>Digital Marketing Communication</i> yang sudah dilakukan oleh Carla Skin Clinic	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1 Kesimpulan	120
5.2 Saran	121

5.2.1 Saran Akademis	121
5.2.2 Saran Praktis	122
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	130

